

KAJIAN IMPLEMENTASI “BELA-BELI KULON PROGO” (KASUS: AIR-KU, BATIK GEBLEK RENTENG, DAN TOMIRA)

Elson G. Budi Susilo
elson.susilo@gmail.com

Rijanta
rijanta@ugm.ac.id

Abstract

Kulon Progo is a leaked district. Its capital city failed to supply the hinterlands, makes them look for supply from outside. Then, government of Kulon Progo launched a policy of development concept called “Bela-Beli Kulon Progo”. Its big goal is to manifest regional economic sufficiency by defending and buying the local products. This is a qualitative research with descriptive technique of analysis. Primary data were collected by interviewing and observing. The main interviewees was Kulon Progo’s major. Implementation of Bela-Beli Kulon Progo is described within five dimensions: human resources, organizational, managerial, partnership, and spatial. SWOT analysis shows that Air-KU is the best product in all dimensions compared to two others. Generally, implementation of Bela-Beli Kulon Progo is already matched with the Mayor’s concept as the initiator, so the development strategy is to improve quality of human resources involved in Bela-Beli Kulon Progo to make better improvement towards.

Keywords: implementation, policy, Bela-Beli Kulon Progo, spatial perspective

Abstrak

Kulon Progo adalah kabupaten bocor. Ibu kotanya tidak bisa menyuplai pemenuh kebutuhan ke wilayah pinggirannya, sehingga mendapatkannya dari luar. Lalu Pemerintah Kabupaten membuat kebijakan konsep pembangunan bernama “Bela-Beli Kulon Progo”. Tujuannya untuk mewujudkan kemandirian ekonomi dengan membela dan membeli produk lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Data primer dikumpulkan dengan wawancara dan observasi. Narasumber utama adalah Bupati Kulon Progo. Implementasi Bela-Beli Kulon Progo dideskripsikan dalam lima dimensi: SDM, kelembagaan, manajerial, kerja sama, dan spasial. Analisis SWOT menunjukkan bahwa Air-KU adalah yang paling unggul dibandingkan dua lainnya. Secara umum, implementasi Bela-Beli Kulon Progo telah sesuai dengan konsep yang digagas Bupati, sehingga strategi pengembangan yang bisa dirumuskan adalah peningkatan kualitas SDM untuk mewujudkan implementasi Bela-Beli Kulon Progo yang lebih baik.

Kata kunci: implementasi, kebijakan, Bela-Beli Kulon Progo, perspektif spasial

PENDAHULUAN

Kabupaten Kulon Progo adalah kabupaten yang mengalami kebocoran (Rijanta, 2013). Kecamatan Wates sebagai ibu kota kabupaten yang memiliki fungsi pelayanan dan penyediaan kebutuhan tidak mampu menjangkau seluruh wilayah Kulon Progo hingga ke kecamatan-kecamatan pinggiran. Akibatnya, kecamatan-kecamatan di Kulon Progo yang berdekatan dan/atau berbatasan langsung dengan kabupaten lainnya cenderung mencari pemenuh kebutuhan ke luar daerah Kulon Progo.

Menurut data BPS, hingga tahun 2012 Kabupaten Kulon Progo adalah kabupaten yang memiliki presentase kemiskinan paling tinggi dibandingkan wilayah lain di dalam Daerah Istimewa Yogyakarta (sekitar 24%). Atas dasar hal ini, Kulon Progo memiliki alasan yang kuat untuk bangkit dan membuat masyarakatnya lebih sejahtera.

Berlandaskan pada prinsip otonomi daerah yang diatur dalam Undang-undang Nomor 24 Tahun 2014 (pengganti Undang-undang Nomor 32 tahun 2004), tiap daerah memiliki kewenangannya sendiri untuk menentukan prioritas dan cara membangun yang paling efektif untuk diaplikasikan. Ragawino (2003) mengungkapkan pembangunan daerah merupakan salah satu tujuan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi

daerah yang berbasis kewilayahan dan lingkungan serta berkelanjutan.

Kulon Progo menggunakan kesempatan otonomi ini untuk meningkatkan perekonomian masyarakatnya. “Bela-Beli Kulon Progo” adalah konsep wujud upaya Kulon Progo membangun perekonomiannya sendiri. Konsep ini menanamkan ideologi kepada seluruh masyarakat Kulon Progo untuk memulai sebisa mungkin menggunakan produk-produk lokal yang diproduksi di dalam Kabupaten Kulon Progo untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Konsep “Bela-Beli Kulon Progo” ini secara prinsip mendukung rencana pembangunan jangka menengah (RPJM) Kabupaten Kulon Progo tahun 2011-2016 sebagaimana tertera pada Pasal 7 poin (c), *“mewujudkan kemandirian ekonomi daerah yang berbasis pada pertanian dalam arti luas, industri, dan pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan bertumpu pada pemberdayaan masyarakat”*. Pengembangan ekonomi daerah yang baik, seyogyanya mengadopsi prinsip pengembangan ekonomi lokal, yaitu: pendekatannya kewilayahan, pendekatan dari bawah, membangun kemitraan, dan memanfaatkan potensi lokal (Budiharsono, 2015).

“Bela-Beli Kulon Progo” adalah sebuah konsep pembangunan yang menyentuh kognitif

masyarakatnya agar terbentuk suatu pola perilaku yang mengutamakan penggunaan produk-produk lokal untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Konsep ini lahir dari Pemerinah Kabupaten Kulon Progo pada tahun 2013 dan langsung disosialisasikan secara masif ke seluruh wilayah Kulon Progo. Pemerintah Kulon Progo pun dalam waktu singkat melakukan beberapa langkah untuk mengefektifkan langkah-langkah sosialisasi gerakan pembangunan ini. Langkah tersebut di antaranya memproduksi air minum dalam kemasan (AMDK) lokal dan meresmikan suatu motif batik yang dijadikan identitas Kabupaten Kulon Progo.

Namun, suatu konsep yang sangat apik disusun oleh lembaga pemerintahan biasanya menemui berbagai macam kendala ketika diimplementasikan. Lalu, pertanyaan penelitian yang timbul untuk penelitian ini adalah *seperti apa implementasi konsep Bela-Beli Kulon Progo di lapangan?* Oleh karena itu, untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan implementasi “Bela-Beli Kulon Progo” di lapangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode

analisis deskriptif. Data dikumpulkan secara primer dengan metode wawancara mendalam dengan beberapa narasumber yang sengaja dipilih (*non-probability sampling, purposive*).

Narasumber yang dipilih adalah Bupati Kulon Progo, Direktur PT. PDAM Tirta Binangun, Dinas Perindustrian Perdagangan ESDM, Ketua Paguyuban Koperasi Pemilik Tomira, dan pengrajin batik geblek renteng. Pemilihan narasumber didasari peran dan kontribusi yang dimiliki tiap pihak dalam implementasi konsep Bela-Beli Kulon Progo.

Selain wawancara mendalam, pengumpulan data juga dilakukan dengan observasi langsung di lapangan untuk mengamati profil pengunjung Tomira. Pengamatan profil dibatasi pada asal pengunjung yang diidentifikasi dari plat nomor kendaraan yang digunakan.

Data yang telah terkumpul diolah dan dianalisis secara kualitatif. Pengolahan data hasil wawancara dilakukan dengan teknik transkripsi dan reduksi, sedangkan data pengunjung Tomira diolah dengan teknik tabulasi dan pembuatan diagram lingkaran (*pie chart*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

“Bela-Beli Kulon Progo” adalah sebuah konsep gerakan pembangunan yang terinspirasi dari

gerakan serupa, yakni gerakan “Beli Indonesia” yang digagas oleh Ir. Heppy Trenggono pada tahun 2010. Dikutip dari website <http://beliindonesia.com> (2013), pada dasarnya kedua gerakan tersebut memiliki prinsip yang sama: membangun ekonomi dengan memberi pemahaman kepada masyarakat tentang arti penting *membela produknya sendiri* yang kemudian akan membentuk pola perilaku masyarakat untuk membeli produk milik daerahnya.

Hal yang melatarbelakangi terbentuknya Bela-Beli Kulon Progo adalah impian Bupati Kulon Progo untuk dapat menerapkan prinsip ekonomi kerakyatan hasil buah pikir Mohammad Hatta sejak 1932 di Kulon Progo. Bupati Hasto berkeinginan agar Kabupaten Kulon Progo dapat mandiri secara ekonomi sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Dengan begini, harapan yang muncul adalah rakyat dapat berperan aktif baik sebagai produsen sekaligus konsumen bagi satu sama lain, sehingga rakyat menjadi penguasa pasar-pasar lokal Kabupaten Kulon Progo.

Adapun hal lain yang tidak kalah penting melatarbelakangi lahirnya Bela-Beli Kulon Progo adalah kekhawatiran Bupati Hasto terhadap kondisi rakyatnya dalam menghadapi fenomena Masyarakat Ekonomi ASEAN (*ASEAN Economic Community*). Bela-Beli Kulon Progo

diharapkan mampu menjadi tameng kognitif masyarakat Kulon Progo untuk membela para pelaku usaha lokal Kulon Progo dengan cara membeli produk-produknya.

Kondisi yang menjadi faktor penguat alasan dibentuknya Bela-Beli Kulon Progo adalah fakta bahwa Kulon Progo merupakan sebuah kabupaten yang mengalami kebocoran wilayah (Rijanta, 2013). Wates sebagai ibu kota kabupaten tidak mampu menyuplai kebutuhan kecamatan-kecamatan di Kulon Progo yang berada di pinggiran, sehingga terdapat kecenderungan kecamatan-kecamatan tersebut memperoleh berbagai pemenuh kebutuhan dari daerah tetangganya (luar Kulon Progo).

Berdasarkan wawancara dengan Bupati Hasto, diperoleh sebuah informasi bahwa produk unggulan dari Bela-Beli Kulon Progo yang bersentuhan langsung dengan keseharian masyarakat ada tiga: produk Air-KU, batik geblek renteng, dan Tomira (Toko Milik Rakyat). Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan pembahasan pada ketiga produk tersebut. Pembahasan akan dilakukan dalam lima dimensi sebagai berikut.

1. Sumber Daya

Air-KU merupakan produk Bela-Beli Kulon Progo yang bahan baku produknya diambil dari dalam Kulon Progo sendiri. Air yang digunakan dalam produk Air-KU bersumber dari mata air Clereng, Kecamatan Pengasih. Mata air Clereng

terletak di Desa Sendangsari, Kecamatan Pengasih. Oleh karena itu, pabrik Air-KU juga terletak di lokasi yang sama.

Pabrik Air-KU mempekerjakan sepuluh orang pegawai yang semuanya merupakan warga Desa Sendangsari, sehingga kehadiran pabrik Air-KU juga bermanfaat secara langsung bagi warga setempat. Uatan kerja para pegawai pabrik tidak begitu banyak, antara lain meliputi memasukkan kemasan gelas dan botol ke dalam karton, mengangkut karton-karton yang telah terisi ke dalam mobil *pick up*, dan mengantarkan Air-KU yang siap konsumsi tersebut ke Wates untuk kemudian didistribusikan oleh PD. Aneka Usaha. Oleh karena muatan kerja yang tidak begitu banyak dan relatif sederhana, upah yang diperoleh para pegawai pabrik Air-KU pun relatif kecil, yakni di bawah UMR Kulon Progo.

Industri kerajinan batik di Kulon Progo tergolong dalam kegiatan UMKM. Tenaga yang bekerja di tiap usaha kerajinannya pun merupakan tetangga-tetangga sekitar tempat kerajinan berada. Salah satu produsen batik terbesar adalah Sembung Batik, mempekerjakan empat puluh orang yang seluruhnya adalah tetangga satu dusun. Meskipun demikian, muatan dan jam kerja para pembatik itu cukup jelas dan banyak. Mereka dibagi menjadi beberapa bagian deskripsi kerja, ada yang bertugas mengecap, menjemur, dan mencanting. Para pengrajin batik dibayar setara dengan UMR Kulon Progo.

Pegawai Tomira adalah pegawai koperasi. Semula, mereka adalah pegawai Alfamart dan

Indomaret, tetapi sejak gerainya dibeli oleh koperasi maka status mereka pun berganti menjadi pegawai koperasi.

Ada perbedaan antara pegawai koperasi dengan anggota koperasi. Anggota koperasi tidak terikat dengan beban pekerjaan yang mengharuskannya *stand by* di koperasi. Anggota koperasi memiliki hak bagian dari SHU (sisa hasil usaha). Di sisi lain, pegawai koperasi adalah orang yang bekerja untuk koperasi. Mereka terikat dengan kontrak dan mengharuskan mereka untuk *stand by* di tempat bekerjanya sesuai dengan jadwal yang telah disepakati. Imbalan yang mereka terima berupa gaji.

Para pegawai koperasi yang bekerja di Tomira memiliki kewajiban yang sama dengan sewaktu mereka menjadi pegawai Alfamart dan Indomaret. Mereka pun tidak mendapatkan perbedaan perlakuan, hak yang mereka miliki juga tetap sama diberikan oleh koperasi. Para penjaga gerai Tomira itu dibayar setara dengan UMR Kulon Progo. Hanya saja, terdapat syarat tertentu untuk menjadi pegawai koperasi yang menjaga Tomira, yakni minimal tamatan SMA/SMK/ sederajat.

2. Kelembagaan

Air-KU merupakan diverisifikasi usaha dari PDAM Tirta Binangun Kulon Progo. Artinya, Air-KU masih merupakan bagian dari perusahaan daerah tersebut.

Seluruh rangkaian produksi Air-KU diawasi langsung oleh PDAM. Air-KU tidak memiliki struktur organisasional sendiri, sehingga berbagai pengambilan keputusan untuk

mengatasi berbagai permasalahan harus dengan persetujuan Direktur PDAM. PDAM bertanggung jawab penuh atas produk Air-KU, sehingga berbagai keluhan yang timbul dari produk Air-KU pun langsung dialamatkan kepada PDAM. Pegawai yang bekerja di pabrik Air-KU secara kelembagaan tidak memiliki kekuatan untuk memberikan sumbangsih lebih dari pada tenaga dan mengerjakan segala yang sudah menjadi deskripsi kerja mereka sehari-hari. Posisi mereka bisa disetarakan dengan buruh pabrik yang tidak memiliki kewenangan dan tidak memiliki pilihan selain menerima berbagai keputusan yang datang dari atas.

Bentuk lembaga kerajinan batik geblek renteng adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Ini mengakibatkan kegiatan kerajinan batik geblek renteng menjadi sangat fleksibel. Tidak ada peraturan yang sangat mengikat kepada berbagai pihak yang terlibat di dalamnya. Suasana aktivitas yang ada di kerajinan batik geblek renteng relatif santai dan kental akan nuansa kekeluargaan.

Sebagai sebuah gerakan dengan prinsip dasar ekonomi kerakyatan, “Bela-Beli Kulon Progo” menyoroti pentingnya eksistensi koperasi sebagai lembaga ekonomi dalam perekonomian wilayah. Salah satu upaya penguatan eksistensi koperasi yang ditempuh oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo adalah

memberikan koperasi kesempatan memiliki toko retail berjejaring di Kabupaten Kulon Progo. Seluruh gerai Alfamart dan Indomaret yang berada dalam radius satu (1) kilometer dari pasar tradisional difasilitasi oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk bisa dibeli koperasi. Kemudian, gerai yang dibeli oleh koperasi itu menjadi Tomira.

Tomira merupakan unit usaha yang dimiliki koperasi di Kulon Progo. Satu Tomira dimiliki oleh satu koperasi. Struktur kelembagaan Tomira pun menjadi berada di bawah pengawasan koperasi sepenuhnya. Tidak ada lagi kepentingan tanggung jawab terhadap pihak Alfamart maupun Indomaret. Begitu pula yang terjadi pada pegawai Tomira. Seiring dengan pergantian status dari badan usaha milik korporasi besar menjadi badan usaha milik koperasi, jarak pegawai dengan pemilik gerai menjadi lebih dekat. Pegawai Tomira bertanggung jawab sepenuhnya kepada koperasi, tidak lagi pada korporasi. Sebagai lembaga yang berazaskan kekeluargaan, suasana kerja di Tomira juga menjadi lebih akrab karena jarak mereka dengan pimpinannya tidak jauh. Pegawai juga memiliki kesempatan lebih untuk bersuara demi memajukan usaha tempat mereka bekerja.

3. Manajerial

Perbedaan bentuk kelembagaan berkonsekuensi pada perbedaan sistem

manajemen yang ada pada tiap produk unggulan Bela-Beli Kulon Progo. Air-KU yang merupakan bagian dari lembaga resmi pemerintahan (PDAM Tirta Binangun) memiliki manajemen yang lebih rigid dan mengikat. Tomira, meskipun koperasi merupakan lembaga yang resmi secara hukum dan memiliki kewenangan untuk mengikat pegawainya, tetapi manajemennya lebih fleksibel. Karena bagaimanapun, koperasi adalah bentuk badan usaha yang berazaskan kekeluargaan. Sementara itu, batik geblek renteng sebagai UMKM memiliki manajemen yang paling tidak mengikat dan tidak kaku dibandingkan dua lainnya.

4. Kerja Sama

Kewenangan distribusi dan penentuan harga jual konsumen produk Air-KU diberikan kepada sesama perusahaan daerah milik Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, yaitu PD Aneka Usaha. Pada awal diluncurkannya, PD Aneka Usaha adalah satu-satunya pihak resmi yang menjalin kerja sama dengan PDAM Tirta Binangun untuk mendistribusikan Air-KU ke seluruh wilayah Kulon Progo. Status PD Aneka Usaha ketika itu adalah distributor tunggal produk Air-KU. Selain bekerja sama dengan PD. Aneka Usaha untuk mendistribusikan Air-KU, PDAM Tirta Binangun juga membuka kesempatan bagi masyarakat Kulon Progo untuk bermitra sebagai distributor Air-KU.

Pengrajin batik geblek renteng juga memiliki ikatan kerja sama dengan beberapa pihak. Seluruh pihak

yang bekerja sama dengan pengrajin batik di Kulon Progo adalah pemasok bahan baku. Memang, komoditas lokal dari batik geblek renteng adalah motifnya saja. Artinya, bahan baku dari batik-batik tersebut masih didatangkan dari luar. Kain didatangkan dari Sleman, pewarna didatangkan dari Solo, dan lilin batik didatangkan dari Pekalongan. Karena bentuk kerajinan batik di Kulon Progo adalah UMKM, maka jalinan kerja sama yang mereka miliki dengan berbagai pemasok bahan baku itu pun relatif sederhana, hanya berdasarkan kepercayaan antara satu pihak dengan yang lain tanpa ada nota kesepahaman yang mengikat.

Meskipun kepemilikan gerai sudah beralih dari milik Alfamart dan Indomaret menjadi milik koperasi, faktanya koperasi masih belum bisa benar-benar melepaskan diri dari Alfamart dan Indomaret. Mereka sampai saat ini masih menjalin kerja sama satu sama lain. Pihak Alfamart dan Indomaret memiliki tiga peranan penting dalam eksistensi Tomira: pendamping manajemen, distributor utama produk-produk yang dijual, dan pusat pelatihan pegawai.

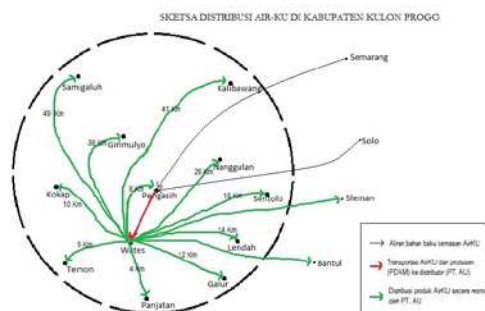
Alfamart dan Indomaret sebagai distributor utama artinya seluruh produk yang dijual di dalam Tomira, selama masa angsuran ini, masih disuplai secara dominan oleh Alfamart dan Indomaret. Meskipun demikian, hubungan antara koperasi dengan Alfamart dan Indomaret bisa diibaratkan sebagai produsen dengan tengkulak. Koperasi berperan sebagai tengkulak mengambil barang jualan dari Alfamart dan Indomaret sebagai produsen dengan harga kulakan. Lalu, perihal penjualan kepada konsumen,

koperasi memiliki kewenangan penuh untuk menentukan harga jual produk secara independen.

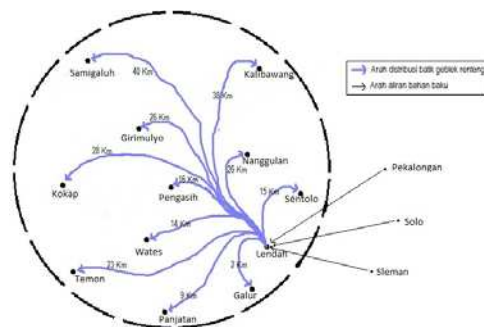
5. Visualisasi Keruangan

Kesamaan yang dimiliki oleh Air-KU dan batik geblek renteng dalam konteks “Bela-Beli Kulon Progo” adalah kedua produk tersebut diproduksi di satu lokasi di Kabupaten Kulon Progo. Morrill (1974) mengungkapkan bahwa permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan jatuh seiring dengan jauhnya jarak yang harus ditempuh untuk memperoleh barang atau jasa tersebut. Tetapi, hal ini tidak terjadi dalam distribusi Air-KU dan batik geblek renteng.

Meskipun diproduksi di satu lokasi, Air-KU dan batik geblek renteng mampu terdistribusi cukup merata di Kabupaten Kulon Progo. Bahkan, konsumen yang terletak sejauh empat puluh kilometer dari lokasi produksi dua produk tersebut, masih bisa mengaksesnya. Hal ini dimungkinkan karena adanya intervensi Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam menggalakkan penggunaan produk lokal tersebut. Ilustrasi pola distribusi Air-KU dan batik geblek renteng dapat dilihat pada gambar 1 dan gambar 2.



Gambar 1. Pola distribusi Air-KU di Kabupaten Kulon Progo. (Sumber: olah data, 2017).



Gambar 2. Pola distribusi batik geblek renteng di Kabupaten Kulon Progo. (Sumber: olah data, 2017).

KESIMPULAN

Implementasi “Bela-Beli Kulon Progo” di lapangan dijelaskan dalam beberapa dimensi: sumber daya manusia, kelembagaan, kerja sama, dan konstruksi keruangan. Masing-masing dimensi tersebut dideskripsikan berdasarkan temuan di lapangan selama observasi dan dianalisis berdasarkan teori yang digunakan. Hasil yang didapat adalah Air-KU merupakan produk paling unggul dibandingkan dua produk lainnya dari seluruh dimensi yang dikaji. Permasalahan yang dapat menjadi kendala utama dari

pengembangan implementasi Bela-Beli Kulon Progo adalah kualitas sumber daya manusia, sehingga strategi pengembangan yang dapat dirumuskan adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia yang terlibat dalam penyuksesan implementasi Bela-Beli Kulon Progo.

DAFTAR PUSTAKA

beliindonesia.com. (2012, September 2). Dipetik Oktober 31, 2015, dari Beli Indonesia:
<http://www.beliindonesia.com/?p=1020>

Budiharsono, S. (2015).
Pengembangan Ekonomi Lokal dan Daerah untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah. *Makalah*. Bogor.

Morrill, R. L. (1974). *The Spatial Organization of Society, Second Edition*. Massachusetts, California: Duxbury Press.

Ragawino, B. (2003). Desentralisasi dalam Kerangka Otonomi Daerah di Indonesia. *Makalah*. Bandung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran.

Rijanta. (2013). *Pemkab Laksanakan Tirakatan, Prof. Rijanta Sebut "Kabupaten Bocor"*. Dipetik Juni 3, 2016, dari Pemerintah Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta:
<http://www.kulonprogokab.go.id/v21/index.php?pilih=news&mod=yes&aksi=lihat&id=3031>.